

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi, baik organisasi non-profit ataupun organisasi profit tentunya memiliki tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Dalam upaya mencapai tujuan-tujuan tersebut maka dibutuhkan kerjasama yang baik di antara sumber daya yang terdapat dalam organisasi. Salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi adalah karyawan. Karyawan merupakan salah satu anggota organisasi yang dapat menentukan keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya. Tanpa adanya dukungan yang baik dari para karyawan maka organisasi akan sulit dalam mencapai tujuan-tujuannya. Karyawan dapat berkerja dengan baik apabila di dalam organisasinya terdapat bentuk hubungan dan komunikasi yang baik antara perusahaan yang diwakili oleh pihak manajemen dan para karyawan sebagai bawahannya.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, baik secara individu, kelompok, maupun dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki kompleksitas yang tinggi, yaitu bagaimana menyampaikan informasi dan menerima informasi merupakan hal yang tidak mudah, dan menjadi tantangan dalam proses komunikasinya. Dalam komunikasi organisasi, aliran informasi merupakan proses yang rumit, karena melibatkan seluruh bagian yang ada dalam organisasi. Informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas dan juga mengalir diantara sesama karyawan.

Untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota, maka dibutuhkan bentuk hubungan serta komunikasi yang baik antara para anggota organisasi. Organisasi tidak mungkin berada tanpa komunikasi. Apabila tidak ada komunikasi, koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan. Komunikasi dalam organisasi merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antar anggota organisasi, baik komunikasi secara verbal maupun non verbal. Dalam fungsi *public relations* terdapat berbagai macam bentuk hubungan yang dapat dilakukan. Diantaranya yang umum dilakukan adalah, *community relations*, *government relations*, *consumer relations*, *investor relations*, *media relations* dan *employee relations*. Semua bentuk hubungan-hubungan tersebut diatur oleh *public relations*, dengan tujuan untuk mencapai pengertian public (*public understanding*), kepercayaan publik (*public confidence*), dukungan public (*public support*), dan kerjasama publik (*public cooperation*)(S.,K. Bonar, 2003).

Salah satu bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur hubungan antara perusahaan dan para karyawannya adalah *employee relations*. *Employee relations* dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis di antara keduanya. Dengan kata lain, *employee relations* bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kerjasama (*relationship*) serta loyalitas diantara pihak manajemen dengan para karyawannya.

Aktivitas *employee relations* yang berlangsung dalam organisasi akan berdampak langsung terhadap iklim komunikasi dalam organisasi tersebut. Iklim